

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kondisi perekonomian suatu negara dapat dikatakan baik atau buruk bergantung pada industri-industri yang ada di negara tersebut, khususnya pada sektor jasa. Persaingan yang tinggi dalam dunia bisnis membuat perusahaan berlomba-lomba dan berupaya untuk meraih laba atau keuntungan sebesar-besarnya. Laba atau keuntungan merupakan salah satu tujuan yang ingin dicapai perusahaan. Untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang besar, perusahaan harus mampu bersaing dalam dunia bisnis. Salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan adalah harga jual, baik harga jual produk bagi perusahaan dagang dan manufaktur maupun harga jual atau tarif jasa bagi perusahaan jasa. Dalam menetapkan harga jual, biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan perlu dipertimbangkan untuk meningkatkan efisiensi dalam proses bisnis perusahaan (Hansen dan Mowen, 2013:19).

Harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan akan menentukan kelangsungan hidup bisnis perusahaan dalam jangka panjang. Kebijakan penetapan harga jual yang dilakukan manajemen perusahaan seharusnya memastikan penetapan harga jual dan keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang atas seluruh biaya yang dikeluarkan dan laba yang diharapkan perusahaan (Carter, 2012:14). Artinya, harga jual ditetapkan berdasarkan seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan ditambah dengan *mark-up* laba yang diinginkan perusahaan. Dalam beberapa kasus, perusahaan tidak dapat mempertahankan kelangsungan hidup bisnisnya karena harga jual yang ditetapkan oleh manajemen perusahaan terlalu tinggi. Harga jual yang tinggi membuat konsumen cenderung untuk memilih membeli produk atau menggunakan jasa yang memiliki harga jual lebih rendah.

Perusahaan dapat menetapkan harga jual yang tinggi dengan memberikan kualitas yang lebih baik dari pesaing, namun sebagian besar keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor harga. Konsumen seringkali memilih harga yang rendah pada produk atau jasa yang akan dikonsumsi tanpa

mempertimbangkan kualitasnya. Perusahaan dituntut untuk melakukan inovasi pada produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen dengan harga jual yang lebih rendah atau setara dengan pesaing tanpa mengurangi kualitas terhadap produk atau jasa agar dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Salah satu cara untuk mewujudkan produk atau jasa tersebut yaitu dengan mengefisienkan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menghasilkan suatu produk atau jasa.

Biaya yang dikeluarkan perusahaan harus dialokasikan dan dihitung dengan tepat dan akurat. Setelah dialokasikan dan dihitung dengan tepat dan akurat, biaya yang dikeluarkan perusahaan harus efisien. Dengan mengefisienkan biaya yang dikeluarkan perusahaan, maka akan memberikan keuntungan bagi perusahaan maupun konsumen. Laba yang diharapkan perusahaan dapat tercapai dan harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan dapat memenuhi kepuasan konsumen. Konsumen akan puas dengan keputusan pembeliannya apabila produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan memiliki kualitas yang baik dengan harga jual yang setara dengan pesaing atau bahkan lebih rendah dari pesaing. Tentu hal ini akan memberikan nilai plus atau positif pada perusahaan.

Mengefisienkan biaya artinya mengurangi atau menghilangkan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam proses produksi atau menghasilkan jasa. Metode yang dapat digunakan perusahaan dalam mengefisienkan biaya adalah *target costing*. Menurut Witjaksono (2013:177), *target costing* adalah suatu sistem yang digunakan dalam penentuan harga pokok produksi agar sesuai dengan yang diinginkan (target) sebagai dasar penetapan harga jual produk atau jasa yang akan memberikan laba yang diharapkan perusahaan dan sesuai dengan harga jual produk dimana konsumen rela untuk membayarnya. Dengan kata lain, *target costing* dapat membantu perusahaan dalam menetapkan harga jual produk atau jasa dengan tujuan mencapai laba yang diharapkan dan memberikan kepuasan bagi konsumen.

Dalam penelitian ini, metode *target costing* digunakan untuk menentukan harga jual dengan mengefisienkan biaya yang dikeluarkan pada bidang usaha jasa, salah satunya adalah sekolah musik. Sekolah musik merupakan jasa yang diberikan dalam bentuk kursus musik yang sebagian besar diminati oleh

konsumen. Konsumen cenderung menyukai belajar alat musik sebagai hobi atau untuk mengasah kemampuan dan bakatnya dalam bidang musik. Penentuan tarif untuk kursus musik sangat penting karena akan mempengaruhi laba atau keuntungan suatu sekolah musik, sehingga dibutuhkan pengalokasian dan perhitungan biaya secara tepat dan akurat agar tarif yang ditetapkan dapat sesuai dengan keinginan konsumen.

Penelitian ini juga akan membuktikan bahwa dengan penerapan metode *target costing*, biaya yang dikeluarkan dalam menentukan harga jual jasa menjadi lebih efisien. Selain itu, laba yang diharapkan perusahaan dan kepuasan konsumen dapat tercapai. Hal yang berbeda pada penelitian ini adalah objek penelitian yang digunakan. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah penentuan harga jual jasa atau tarif kursus musik untuk mencapai laba yang diharapkan dan mencapai kepuasan konsumen pada Sekolah Musik MLD yang berada di Ngagel, Surabaya. Sekolah Musik MLD merupakan salah satu sekolah musik yang sudah lama berdiri di Surabaya. Di antara kurang lebih tiga puluh lima sekolah musik di Surabaya, tarif kursus musik yang ditetapkan Sekolah Musik MLD lebih tinggi dari para pesaingnya. Selain itu, tarif kursus musik yang ditetapkan Sekolah Musik MLD hanya berdasarkan keputusan pemilik dan manajemen. Sekolah Musik MLD belum mempertimbangkan dengan jelas segala biaya yang dikeluarkan selama proses pemberian jasa sehingga Sekolah Musik MLD tidak mengetahui apakah penetapan tarif kursus musiknya sudah tepat.

Tarif kursus yang ditetapkan Sekolah Musik MLD merupakan salah satu faktor penting bagi konsumen untuk mengambil keputusan dalam menggunakan layanan jasa. Sekolah Musik MLD harus mampu bersaing dalam memberikan pelayanan jasa baik dari segi tarif kursus maupun fasilitas. Penelitian ini ingin memperhitungkan seluruh biaya yang terkait selama proses pemberian jasa dan memperhitungkan harga pokok jasa dengan menggunakan metode *target costing*. Penelitian ini juga ingin membuktikan bagaimana perhitungan biaya pada Sekolah Musik MLD jika menggunakan metode *target costing*. Dengan menggunakan metode *target costing*, penelitian ini diharapkan dapat membantu Sekolah Musik MLD menganalisa seluruh biaya yang terkait selama proses pemberian jasa agar

biaya yang dikeluarkan dapat menjadi lebih efisien. Jika biaya yang dikeluarkan lebih efisien, maka harga pokok jasa yang dihitung akan mendapatkan hasil yang tepat dan akurat. Harga pokok jasa yang tepat dan akurat akan menghasilkan tarif kursus musik yang tepat sehingga akan meningkatkan keunggulan bersaing pada Sekolah Musik MLD.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana penetapan harga pokok jasa pada Sekolah Musik MLD dengan menggunakan metode *target costing*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui penetapan harga pokok jasa pada Sekolah Musik MLD dengan menggunakan metode *target costing*.

1.4 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah analisis penetapan harga pokok jasa dengan menggunakan metode *target costing* pada siklus penjualan jasa di Sekolah Musik MLD yang berada di Ngagel, Surabaya.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian berikutnya dalam menetapkan harga pokok jasa yang tepat dan akurat dengan metode *target costing* pada perusahaan jasa.

1.5.2 Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan agar Sekolah Musik MLD memperoleh informasi mengenai penggunaan metode yang tepat dalam menetapkan harga

pokok jasa dan perhitungan biaya selama proses pemberian jasa menjadi lebih efisien dengan menggunakan metode *target costing*.

- b. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat membantu Sekolah Musik MLD dalam menerapkan metode yang tepat, yaitu dengan metode *target costing* dalam menetapkan tarif kursus musik sehingga Sekolah Musik MLD memiliki keunggulan bersaing.

1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

Penulisan dalam skripsi ini terdiri dari lima bab, yaitu:

Bab 1: PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, ruang lingkup penelitian, manfaat penelitian yang terdiri dari manfaat akademik dan praktis, serta sistematika penulisan skripsi.

Bab 2: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi landasan teori, penelitian terdahulu, dan rerangka konseptual.

Bab 3: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi desain penelitian, konsep operasional, jenis dan sumber data, alat dan metode pengumpulan data, serta analisis data.

Bab 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi gambaran umum objek penelitian, karakteristik informan penelitian, hasil analisis data, dan pembahasan.

Bab 5: SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Bab ini berisi simpulan, keterbatasan, dan saran.